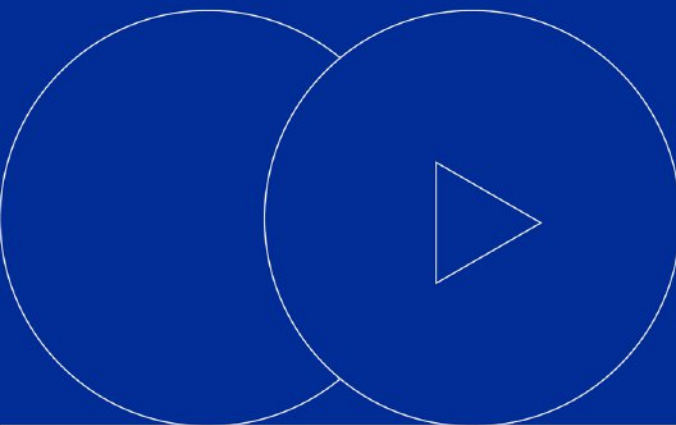
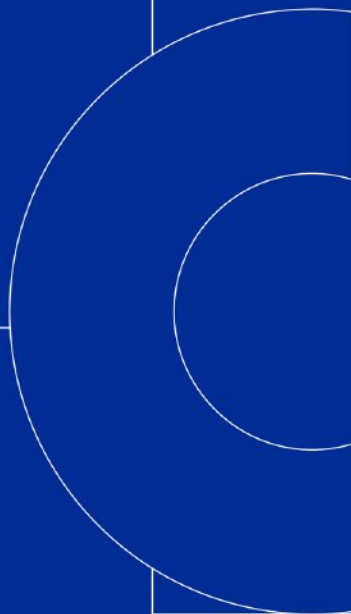


2020

抖音电商

消费者权益保护 年度报告



数据采集日期：2020年6月-12月

本报告中所有数据维度均为匿名化脱敏数据



VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

Contents 目录

前言	02
第一章 持续加强平台治理，保障消费者合法权益	03
第二章 构建消费者权益保护体系，升级治理能力	06
内容治理	07
商家治理	08
商品治理	09
完善售后能力	10
第三章 与各方协作，共建治理生态	11
打击假货	12
打击黑产	12
知识产权保护	13
协助线下打击	13
第四章 建设质检物流一体化的电商基地	14

Preface 前言

2020 年 6 月，抖音电商正式成立。秉持着“认真做电商”的初心，平台始终坚持以消费者为导向，把用户利益置于首位。对于刚刚起步的抖音电商来说，完善平台对商家的基础服务能力，为用户提供优质的商品、购买体验、售后服务为现阶段的重中之重。

抖音电商致力于构建完善的平台治理体系，在技术研发、人员配备、商品检测以及售后赔付等方面投入大量资源，并对其不断升级，实现了对商家的全周期管控，保证了良好的内容电商生态。在交易体量不断变大、日均 GMV 持续增长的前提下，商品的品退率等指标保持在稳定低位，消费者满意度不断提升。

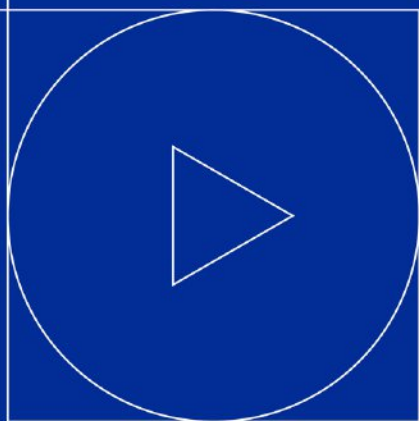
截至 2020 年底，平台累计下架违规商品超百万件，关闭违规店铺超 3 万个，清退售假商家 9384 家，封禁违规帐号超 71 万个，协助执法部门打击违法人员 113 名，涉案金额超 1.1 亿元，与上百品牌权利人合作，删除侵权商品链接超 1300 条……数据代表了平台维护消费者合法权益的决心。抖音电商在此明确表态，不欢迎任何投机取巧、伤害消费者权益的商家或主播。

同时，我们也看到了电商业务的复杂性，尤其是非标品购买难的情况。一些行业例如水果生鲜、珠宝玉石等，产品存在品质参差不齐、真假难辨的问题。为此，抖音电商在全国各大产业带建设了几十个电商基地，邀请优质商家入驻，与权威质检机构合作，建立质检物流一体化系统，把行业标准统一化、透明化，最大程度保证发出的商品货真价实。

2021 年，抖音电商将继续加大平台治理力度、升级平台治理体系，为商家提供良好的经营环境，持续为消费者提供优价好物，保障每一位消费者的合法权益。

第一章

加强平台治理 保障消费者合法权益



从 2020 年 6 月启动伊始，抖音电商就坚持把保护消费者权益放在最高位置，全面加强对平台商家商品的管控治理，主动严查并坚决打击各种违法违规行，截至年底：



43.88万 条

处理内容违规短视频



1.44万 场

处理内容违规直播



9.12万 个

处理内容违规帐号



100万+ 件

下架不合规商品



30万+ 件

违规商品上架前即被拦截



4万+ 次

识别店铺严重违法违规行为



3万+ 家

主动处罚关闭违法违规店铺



2400+ 家

通过举报投诉处置机制
处理违法违规店铺



9384 家

清退售假店铺



2345 个

处罚有带假货行为达人

开展“啄木鸟行动”



1327万+ 次

拦截针对直播带货场景
的“黄牛”作弊攻击



62万+ 个

封禁涉嫌刷单的违规帐号

协助执法机关
进行山寨、假货等专项治理



5 起

落地线下
打击案件



39 人

打击



1567万 元

涉案金额

协助执法机关
进行食品安全、数据反爬、
反洗钱等专项治理



14 起

落地线下
打击案件



74 人

打击



1亿+ 元

涉案金额

第二章

构建消费者权益保护体系 升级治理能力

内容治理

通过对创作者内容的管控，帮助其合规意识成长，实现良好的带货内容生态，使电商交易质量得到有效保证。



成立创作者生态治理机制

一方面，通过 AI 反作弊检测等技术手段，和创作者带货保证金等制度设置，提高准入门槛，加大违规成本。另一方面，搭建创作者违规信用分体系，将单个案例判罚升级为积分判罚，通过信用分梯度来管控其带货权限，提升其合规意识。



建立创作者违规管理和考试中心

优化管控体验，对判罚通知进行精细化管理，从而加深创作者对自身违规行为的认知度，提升其对平台判罚的认可度。



建立内容风险召回模型

运用数据分析和智能分发等技术，梳理违规内容特征，精准锁定并及时处理违规短视频、直播和帐号。



建立业务端强化综合治理机制

通过专项治理，结合业务场景多样、违规手法多变的特性，与直播中台、风控等业务端强化综合治理，持续攻防。



建立内容违规专项治理机制

针对虚假宣传、特定行业站外引流等严重违规行为，集中力量进行专项治理打击。通过对直播间虚假演戏炒作卖货、低价引流诱导互动等低质内容的专项治理，用户对平台的负向反馈减少，电商直播间举报率半年内下降 10.71%。

商家治理

通过积分评分、实时预警、投诉处置和提升活动门槛等机制建设，实现对商家的全周期管控。



制定商家违规积分管理规则

对商家违规行为进行明确定义与快速落罚处置。



搭建商家体验和达人带货评分体系

对低体验分商家和低带货分达人进行重点管控，帮助消费者选择更优质的商家和达人进行购物。



建立商家和达人实时预警系统

对问题商家快速执行违规商品封禁、曝光量控制、店铺清退等处罚措施。



建立举报投诉处置机制

平台商客服团队及运营团队第一时间联动，对商家违法违规和其他风险问题进行快速排查定位。



提升平台重要活动参与门槛

严控参与活动的商品品质，提升对商品资质、品退率的参与门槛设置。

商品治理

通过对商品信息、发布规范、多维抽检及防控劣质商品等机制建设，在平台交易体量不断变大，日均 GMV 持续增长的前提下，将品退率控制在较低水平。



建立商品信息中心

结合“商家发布 - 平台检查 - 外部反馈”三端来源，从源头梳理商品信息，对商品进行分层，加强商品信息生态建设，实现推优逐劣。



规范商品发布制度

在商品信息基础建设不断加强的前提下，持续对发布制度进行改进，新增 19 个行业信息发布规范，落实了超 7000 个细分类目和超 6.5 万个属性项目，实现了商品属性的规范化，商品信息完善率也大幅提高。



成立商品多维检查机制

投入 3000 万元专项经费，通过随机抽样自检、定向热销商品送第三方质检、平台独创实物体感抽检，对超 64 万件商品进行全面抽检。



构建劣质商品打击流程

从发现劣质商品、提升防控能力、打击劣质商品三个层面，不断优化防控劣品重复铺货、恶意站外引流、专拍链接、虚假宣传、类目错放、信息规范、禁售识别等多个模型能力，结合平台多维检查成果，完善风险防控体系，提高对劣质商品的打击效率。



发现劣质商品



提升防控能力



打击劣质商品

完善售后能力

通过对售后服务制度与功能的完善，保障消费者的售后体验，提升消费者净推荐值 10 个百分点。



推动商家服务能力提升

对商家服务缺陷进行专项治理，将服务指标纳入体验分考核，通过考核激励引导商家做好服务，提升其售后服务能力。



推出售后小助手等工具

从技术手段上帮助商家做好售后服务。



推出阶梯发货功能

通过规则细化、主动服务和物流基础设施建设，使物流到货时长整体缩短 15 小时。



推出运费险和极速退款等权益

上线后该权益订单覆盖率已提升至 55%。



加强客服人员投入

平台客服专员人数超过 2000 人，支持用户咨询与售后服务需求。



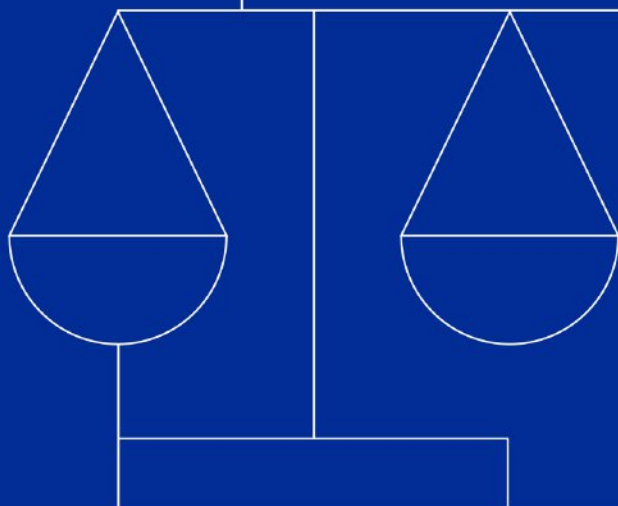
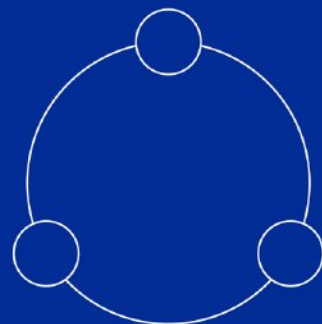
启动成立消费者权益保障基金

先期投入 1.6 亿元，遇到复杂情况可先行退款或赔付，帮助消费者处理售后纠纷并维权索赔。

2020 抖音电商消费者权益保护年度报告

第三章

与各方协作 共建治理生态



打击假货

线上通过技术拦截与人工排查，线下配合执法部门实施打击，对假货零容忍。

建立假货治理团队，通过 OCR、文本、语意分析、同人等算法，在商品、店铺、达人、直播等维度进行机器拦截与人工排查。累计清退售假店铺 9384 家，处罚带假货达人 2345 个，落地线下打击案件 5 起，打击嫌疑人 39 名，涉案金额 1567 万元。通过治理，消费者假货评价率下降 65%，假货退款率下降 71%。



↓65%
假货评价率下降



↓71%
假货退款率下降

打击黑产

通过建立明确规则、提升技术手段、开展专项治理，对黑产进行严厉打击。



制定平台打击虚假交易规则，对涉嫌虚假交易商家进行扣分、停业整顿、清退等明确处置。

建立实时风控策略系统和虚假交易识别模型，精准识别虚假交易订单并进行销量剔除。

开展“啄木鸟行动”等专项治理，累计发现、识别并拦截针对直播带货场景的“黄牛”作弊攻击超 1327 万次，累计封禁涉嫌刷单的违规帐号超 62 万个。

知识产权 保护

建立知识产权保护团队，与 Chanel、LV、Nike、宝洁、历峰集团等 100 多家国内外知名品牌权利人建立维权、鉴定合作，共同打击线上和线下侵权，累计删除侵权链接超 1300 条。

协助线下 打击

专项治理：开展食品安全、数据反爬、反洗钱等专项治理，落地打击案件 14 起，打击嫌疑人 74 名，涉案金额超 1 亿元。

协助执法：协助执法部门展开线下打击，从单一定点清除模式拓展到生产源头、推广销售、物流仓储、售后服务等全链路打击方式，涉及打击案件从假货、欺诈扩展到订单信息泄漏、恶意爬取等相关领域。

线索输出：建立线索报送体系，内部联动各职能部门，打通协作机制，震慑黑灰产群体。



第四章

建设质检物流一体化的 电商基地

为了保护消费者权益，平台在全国各大产业带建设了几十个涵盖玉石珠宝、服饰、数码、玩具、生鲜等行业的电商基地，各基地均配备质检物流一体化的运营中心，建立货品质量控制标准，针对不同品类产品，出具质检证书或溯源码，并通过第三方抽检，保障基地产品的品质和安全。在珠宝玉石基地，全流程都在独立的质检物流一体化中心完成，最大化避免假货、掉包、无证发货、虚报价格等问题。抖音电商基地的建立，为玉石、生鲜等非标品的售卖，提供了一种解决方案。

